

云南夜间文旅消费满意度及影响因素与提升路径*

——基于 13 个国家级文旅集聚区的实证分析

安 敏, 陈 菊, 朱冬梅

(西南林业大学 经济管理学院, 云南 昆明 650233)

【摘 要】夜间文旅消费作为文旅产业的新增长极, 对推动区域经济高质量发展具有重要作用。云南省拥有丰富的民族文化与自然景观资源, 已初步形成特色鲜明的夜间文旅消费体系, 目前正处于从规模扩张向质量提升的关键转型阶段。融合旅游体验理论、顾客满意度理论等多维视角, 构建包含旅游交通、文旅业态、公共服务、品牌影响和管理体系的夜间文旅消费游客满意度测评指标体系, 并对云南省 13 个国家级文旅集聚区进行实地调研, 综合运用独立样本 t 检验、结构方程模型与聚类分析方法, 有效探讨夜间文旅消费满意度的影响因素、群体异质性及集聚区发展模式。研究发现: 品牌影响、公共服务、旅游交通、文旅业态和管理体系均显著正向影响游客满意度; 游客以年轻、高学历女性为主, 消费行为呈现短时、低频、休闲化与社交依赖等特征; 不同年龄、职业、收入及客源地群体的满意度形成路径存在显著差异, 青年与高学历群体注重创新与深度参与, 中老年与中等收入群体则更加重视公共服务和管理保障; 聚类分析将 13 个集聚区划分为品牌与业态驱动型、成熟商业文旅型、基础服务支撑型及业态引领均衡型 4 类差异化发展模式。据此提出“供给侧—需求侧—治理侧”协同的提升路径, 为多民族地区夜间文旅消费差异化治理与可持续发展提供实证依据与实践参考。

【关键词】夜间文旅消费; 游客满意度; 结构方程模型; 影响因素; 提升路径

【中图分类号】F590 【文献标志码】A 【文章编号】1674-5639(2026)05-0064-15

DOI: 10.14091/j.cnki.kmxyxb.2026.05.007

一、引 言

在以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局背景下, 发展以文旅消费为引领的夜间经济已成为我国增加消费动能、提振内需市场、促进经济增长的重要手段。云南省依托独特的民族文化资源与自然景观, 通过政策引导与业态创新, 已构建起特色鲜明的夜间文旅消费体系, 但仍面临从“规模扩张”向“质量提升”的转型挑战。夜间经济是 20 世纪 70 年代英国为实现城市复兴提出的经济学概念, 其研究从单一经济功能论转向社会治理与价值共创论。在萌芽探索阶段 (1970—2003 年), 以 Bianchini^①、Lovatt^②、O'Connor^③为代表的学者持“经济功能论”立场, 聚焦业态布局与空间规划等议题, 认为夜间经济能有效激活城市空间、促进就业与经济增长。在逐步推进阶段 (2004—2013 年), 研究重心转向如何通过政策监管与空间治理平衡其经济与社会效益。Hobbs^④等学者提出了批判性的“社会治理理论”

* 【作者简介】安敏, 女, 云南楚雄人, 西南林业大学教授, 硕士生导师, 研究方向为应用经济统计; 陈菊, 女, 云南昭通人, 西南林业大学在读硕士研究生, 研究方向为夜间经济治理; 朱冬梅, 女, 云南玉溪人, 西南林业大学在读硕士研究生, 研究方向为夜间经济治理。

【基金项目】云南省社科规划项目“云南夜间文旅消费集聚区消费升级研究”(SHZK2024310); 云南省教育厅科学研究基金项目“基于 IPA 分析的云南夜间文旅消费集聚区消费升级研究”(2024J0700)。

① Bianchini, Franco. Night Cultures, Night Economies[J]. Planning Practice & Research, 1995, (2): 121-126.

② Lovatt, Andy. Cities and the Night-time Economy [J]. Planning Practice & Research, 1995, (2): 127-134.

③ Diane Vogt-O'Connor. Archival Certification and the National Park Service [J]. CRM: The Journal of Heritage Stewardship, 1995, (2): 13-14.

④ Hobbs, Dick, Winlow, Simon, Hadfield, Philip, et al. Violent Hypocrisy: Governance and the Night-time Economy [J]. European Journal of Criminology, 2005, (2): 161-183.

视角,认为夜间经济扩张可能伴随治安风险、公共服务压力等负外部性。在快速发展阶段(2014年至今),Brands^①等学者倡导“协同治理与价值共创论”,强调通过多元主体协同、精细化管理及科技赋能,可实现夜间经济的经济、社会与文化价值的融合。国内夜间文旅消费研究起步相对较晚且与国家政策引导紧密契合。宋雪茜^②首次提出夜间旅游概念,曹新向^③、于萍^④等学者实证分析了其对城市经济的拉动作用。毛中根^⑤等人则提出夜间旅游发展的重点在于提供具有文化内涵和吸引力的夜间旅游产品和服务。自2019年国家推动夜间文旅消费集聚区建设以来,夜间文旅消费成为研究热点。莫林丽^⑥、杨懿^⑦等对集聚区的空间分布特征及影响因素进行了宏观分析;玉妮^⑧、朱凌玲^⑨、周玉洁^⑩等则从微观视角研究特定省域的发展模式和对策。

然而,现有研究多集中在宏观对策或简单统计描述,缺乏对多民族地区满意度影响因素的实证分析,在微观机制、异质性分析及理论应用方面存在显著缺口。为深入探讨云南夜间文旅消费的现状与破局之策,本文结合旅游体验理论、顾客满意度理论,建立包含旅游交通、文旅业态、公共服务、品牌影响和管理体系的多维评价体系,基于云南省13个国家级文旅集聚区的2719份有效问卷,运用结构方程模型(SEM)探究游客满意度的影响因素与异质性。本文的主要贡献在于:首先,将旅游体验、顾客满意度等理论引入多民族地区与夜间经济的交叉情境中,形成了“地方文化资源—夜间场景互动—游客满意度”的研究框架,深化了对特定时空与文化背景下价值创造的认识;其次,利用结构方程模型和多群组分析,实证检验旅游交通、文旅业态、公共服务、品牌影响及管理体系五大变量对满意度的驱动路径和个体特征的调节作用,推动研究从整体认知向细分异质深化;最后,综合运用多种分析方法,识别出旅游交通为关键短板,并基于其影响机理与群体差异,提出“供给—需求—治理”协同提升的策略,实现从实证发现到治理建议的逻辑闭环,为多民族地区夜间文旅的精细化治理提供参考。

二、理论基础与研究假设推演

(一) 理论基础

本文构建了一个以游客满意度为核心,以地方文化资源转化为逻辑起点,以服务主导逻辑下的价值共创为贯穿主线,以夜间特定场景为关键调节器的整合性理论框架,旨在系统阐释云南夜间文旅消费满意度的形成机制。

旅游体验理论与顾客满意度理论构成了满意度形成的核心内在机制。旅游体验理论关注游客在夜间消费场景中通过互动、沉浸与意义建构所获得的即时感受与情感反应,是满意度的直接来源。顾客满意度理论的“期望—感知”差距模型,则揭示了这种体验感知如何与游客基于地方品牌宣传、个人拓展所形成的事前期望进行比较,最终形成满意度判断。

场景理论与服务主导逻辑共同作用于价值创造与比较过程,扮演情境调节器与过程催化剂的关键角色。场景理论聚焦于夜间这一特定时空,强调了高密度社会互动、灯光氛围、安全性与社交性等场景要

① Jelle Brands, Tim Schwanen. Experiencing and governing safety in the night-time economy: Nurturing the state of being carefree [J]. *Emotion, Space and Society*, 2014, (11): 67-78.

② 宋雪茜,赵陈. 夜间旅游:城市休闲旅游发展之路 [J]. *天府新论*, 2005, (S1): 188-189.

③ 曹新向. 发展我国城市夜间旅游的对策研究 [J]. *经济问题探索*, 2008, (8): 125-128.

④ 于萍. 基于SWOT分析的南京夜间旅游开发策略研究 [J]. *江苏商论*, 2010, (5): 113-114.

⑤ 毛中根,龙燕妮,叶胥. 夜间经济理论研究进展 [J]. *经济研究参考*, 2020, (12): 100-112.

⑥ 莫林丽,余佳华,杨本俊,等. 国家级夜间文旅消费集聚区空间分布及影响因素研究 [J]. *西安文理学院学报(自然科学版)*, 2023, (2): 105-111.

⑦ 杨懿,廉倩文,丁玲,等. 国家级夜间文旅消费集聚区空间分布特征及影响因素 [J]. *经济地理*, 2023, (6): 202-210.

⑧ 玉妮. 广西夜间文旅消费集聚区发展路径研究 [J]. *沿海企业与科技*, 2022, (1): 61-69.

⑨ 朱凌玲. 江苏夜间文旅消费集聚区模式及实现路径研究 [J]. *江苏商论*, 2022, (2): 54-56.

⑩ 周玉洁,潘云,刘娜,等. 文旅融合背景下江苏夜间文旅消费集聚区高质量发展影响因素研究 [J]. *西部旅游*, 2023, (15): 30-32.

素如何系统地调节游客对地方文化资源的体验深度、对公共服务的依赖程度及对交通便捷性的敏感程度。服务主导逻辑关注价值创造的全过程,强调价值由提供者与用户在服务接触中共同创造。

(二) 研究假设

1. 在夜间文旅消费场景中,交通运输便利性和网络化程度是形成游客良好感受以及满意度的前提条件。^① 具体而言,夜间文旅消费集聚区与城市交通枢纽之间“快进”的连通性、集聚区内“慢游”的路线规划,都是提高游客到达意愿及游览顺畅程度的重要因素。据此提出假设 H1: 旅游交通正向影响游客满意度。

2. 文旅业态的独特性、丰富性和体验感决定游客夜间消费体验好坏,而决定因素是地方文化资源的创新运用及场景化呈现。^② 这不仅体现在“烟火气”与“文艺范”的平衡上,还是指业态能否把云南民族文化、边境风情、自然生态等融入其中,形成独特夜间消费场景。云南之夜已经不再局限于“吃逛购”,而是出现了非遗工坊夜体验、中泰风情光影秀、高原体育赛事夜经济等多样的业态。据此提出假设 H2: 文旅业态正向影响游客满意度。

3. 完善的公共服务体系使夜间文旅消费更舒心、更安全。^③ 夜间服务在提供基本保障的同时也要有文化的加持,给游客一个放心的消费环境。据此提出假设 H3: 公共服务正向影响游客满意度。

4. 强大的区域性文化旅游品牌可以减少游客选择的成本,它通过积极预期以及情感认同在旅游前、过程中及旅游后对游客满意度起到引导以及提升的作用。^④ 品牌影响认知程度、体验符合程度以及推荐意愿都会使游客有更高的期望值。据此提出假设 H4: 品牌影响正向影响游客满意度。

5. 市场化、标准化以及智慧化的管理机制对于提升夜间文旅消费集聚区运营效率和服务质量具有重要的促进作用,也决定了游客是否能够获得满意的旅游体验。^⑤ 多方协同的市场化运营机制、基于数据的智慧化监管、标准化服务培训是从系统层面保障体验品质的基石。据此提出假设 H5: 管理体系正向影响游客满意度。

6. 从旅游体验理论以及顾客满意度理论来看,不同类型的游客对于夜间消费场景的需求偏好、价值期待和体验感受有所不同,导致不同的驱动力对于不同类型游客所起到的作用不同。据此提出假设 H6: 游客个人特征在旅游交通、文旅业态、公共服务、品牌影响、管理体系与游客满意度的关系中起调节作用。

最终构建如图 1 所示的游客满意度影响因素假设模型。

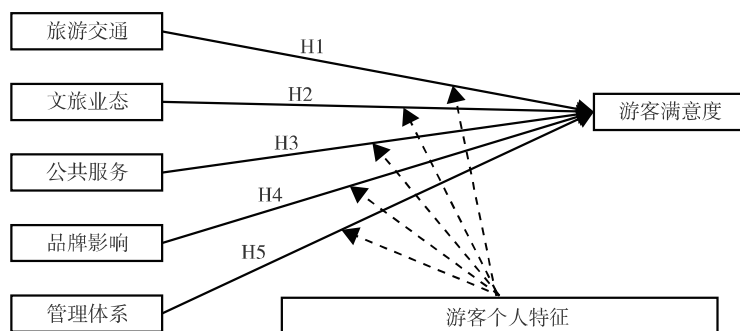


图 1 游客满意度影响因素假设模型

① 赵佳琦, 胡宇娜. 城景相依型目的地游客公共交通感知、满意度与重游意愿研究: 以山东省青岛为例 [J]. 海洋开发与管理, 2025, (3): 23-34.

② 马彬斌, 黄萍, 杜伊朵, 等. 宽窄巷子特色街区商旅文融合业态供给消费者满意度分析 [J]. 江苏商论, 2020, (8): 17-20.

③ 汤玉, 雷道财, 曹华盛. 重庆洪崖洞景区旅游公共服务的游客满意度研究 [J]. 中国市场, 2025, (33): 117-120.

④ 李创新, 苟文静, 吴芳. 目的地品牌个性对游客行为意愿的影响机理研究: 以北京为例 [J]. 人文地理, 2024, (4): 137-147.

⑤ 许春晓, 余白连, 朱群. 旅游目的地不规范经营和管理行为对游客满意度的影响: 以韶山为例 [J]. 湖南工程学院学报 (社会科学版), 2017, (1): 1-5.

三、研究设计与效果检验

(一) 研究设计

本文选取云南省 13 个国家级文旅集聚区为实地调研点，围绕其夜间文旅消费的游客满意度影响因素展开实地调查（见表 1）。首先，通过系统性文献分析与《关于推动夜间文旅经济高质量发展的指导意见》等政策文件解读，构建包含旅游交通、文旅业态、公共服务、品牌影响及管理体系等多维度的满意度评价指标体系（见表 2）。其次，采用分层随机抽样方式，调查员经统一培训后，在各集聚区进行面对面问卷发放，并同步开展现场观察，记录灯光布景、人流密度、文化展演等实况。为控制潜在偏差，通过统一培训调查员，规范拦截与访问流程，由督导现场监督，以降低“人群偏好”偏差；通过友善开场、匿名承诺与发放小礼品等，提升游客合作意愿，减少无应答偏差。实地调查集中于 2024 年和 2025 年 7—8 月暑期旅游旺季的夜间运营高峰时段（18：00—23：00）进行，调查范围严格限定在各集聚区的核心游览区，包括主要步行街、文化广场与特色夜市。最后，问卷发放 3 149 份，经严格质控后，获得有效问卷 2 719 份，有效回收率为 86.34%。本文将 13 个文旅集聚区视为整体进行分析，因其共同承载“云南之夜”的区域品牌形象且具有国家级文旅集聚区的共性发展要求，因此聚焦于探究满意度的共性影响因素与机制。同时，通过统一多维指标体系捕捉核心共性要素，并运用多群组结构方程模型从需求侧识别不同游客群体满意度影响路径的异质性，间接反映供给端的内部差异。

表 1 云南省夜间文旅消费游客满意度调查对象

批次	入选时间/年	集聚区名称	特色概述
1	2021	昆明市滇池国家旅游度假区公园 1903 文体商旅综合体	集文体、商业、旅游于一体的综合体，融合现代艺术与休闲消费，夜间活动丰富多样
		丽江市丽江古城景区	世界文化遗产，以纳西族文化为核心，利用夜间灯光秀、民谣酒吧、手工艺市集等吸引游客
		大理白族自治州大理古城景区	融合白族文化与现代商业，夜间有传统歌舞表演、特色美食街和文创市集
		楚雄彝族自治州彝人古镇	以彝族文化为主题，夜间火把节、民族歌舞、非遗展示等活动独具特色
		西双版纳傣族自治州告庄西双景	以星光夜市为核心，融合傣族风情、东南亚特色美食和旅拍体验，夜间人流如织
2	2022	昆明市斗南花市	“亚洲花都”夜间交易活跃，以花卉主题体验、灯光秀和文创活动吸引游客
		昆明市昆明老街—南强街巷	历史街区结合现代夜生活，滇剧表演、特色小吃和网红市集成为夜间消费热点
		保山市高黎贡文化创意产业园	以腾冲文化为背景，打造《梦幻腾冲》大型演艺项目，融合温泉、美食等夜间休闲业态
		德宏傣族景颇族自治州傣族古镇	以傣族文化为主旨，将古傣情韵融入夜间民族歌舞、非遗手工艺体验和特色夜市
3	2024	迪庆藏族自治州独克宗古城	藏文化体验地，以夜间转经筒祈福、藏族歌舞演艺和藏式民宿吸引游客
		普洱市茶马古城	借助茶马古道文化，打造普洱茶主题夜市、茶艺体验活动和民族歌舞表演，夜间茶文化消费氛围浓厚
		红河哈尼族彝族自治州建水紫陶里	以建水紫陶非遗技艺为核心，融合紫陶制作体验、文创集市和夜间美食街区，彰显“滇南陶都”特色
		大理白族自治州双廊艺术街区	背靠苍山、面朝洱海，保留明清历史街区以及白族传统民居，夜间整合艺术展览、民族餐饮和智慧旅游等相关设施，开展“慢生活”文化体验活动

表 2 指标体系构建及观测变量来源

一级指标	二级指标	含义	观测变量	来源
旅游交通	交通便捷	游客抵达集聚区的便利程度	能很方便地通过公共交通或自驾到达该区域	《旅游景区质量等级的划分与评定》
	交通联结	集聚区内部交通的完善度，保证游客动线流畅、体验多元	区域内步行道路畅通，导向标识清楚	《旅游地理学》

表 2（续）

一级指标	二级指标	含义	观测变量	来源
文旅业态	业态空间布局	文旅消费业态在空间上分布的合理性和集聚程度，是否建成功能互补、联动运作的消费生态	餐饮、购物、演艺等区域布局集中且合理	《城市旅游与城市游憩学》
	多样化的商铺	区域内餐饮、文化创意等商业体的类型丰富度与数量规模	有大量不同类型、各具特色的商店和餐馆	《关于推动高品位步行街建设的通知》
	主题特色活动	定期或不定期举办的、具有地方文化特色和创新性的夜间节庆、演出、市集等活动	经常举办有吸引力的夜间文化表演或主题活动	《云南省人民政府办公厅关于促进夜间经济发展的指导意见》
	数智化设施	利用 AR/VR、智慧导览等技术提供的数字化、互动化旅游设施与服务	园区有网络化、数字化、智能化的设施和服务	《数字赋能文旅深度融合的理论逻辑与研究框架》
	多样化的住宿	满足不同消费层次、不同偏好游客需求的住宿设施组合	周边有多种类型和价位的酒店、民宿可供选择	《旅游景区质量等级划分》
公共服务	基础设施配套	保障夜间消费活动安全、有序运行的基础条件。	夜间灯光充足，卫生间干净，有足够的休息座椅和免费 Wi-Fi	《国家级夜间文化和旅游消费集聚区建设指引》
	医疗卫生服务	在集聚区或周边区域能够提供及时、有效的紧急医疗救助和公共卫生服务。	在区域内或附近能找到医疗点或药房	《关于推进旅游公共服务高质量发展的指导意见》
	地方特色设施	在公共服务设施中融入地方文化、民族元素，使其成为文化展示的一部分，增强环境氛围	公共设施设计具有地方文化特色	《旅游目的地形象策划：理论与实务》
	主题活动设施	专门为承载特定文旅活动而设置或预留的公共空间与设施	有专门用于举办活动的广场、舞台或展厅	《云南省人民政府办公厅关于促进夜间经济发展的指导意见》
品牌影响	品牌知名度	集聚区潜在及现有游客的知晓程度、联想强度和市场声誉	园区的知名度很高	《乡村民宿旅游地游客忠诚度影响因素及作用机制——基于 ABC 态度模型视角的实证分析》
	宣传渠道	通过线上、线下等多种途径进行营销推广的广度与效能	能从抖音、旅游网站等渠道看到推荐信息	《基于 TAM 模型的新媒体营销对游客购买意愿影响研究》
管理体系	管理运营	对集聚区进行统一、规范管理的机制和能力	管理有序，环境干净整洁，游客遇到问题能找到管理人员	《国家级旅游度假区管理办法》
	营商环境	对商户经营活动的政策支持和市场监管等软环境，影响商户经营质量与服务水准	园区管理规范、运营有序、治安良好	《优化营商环境条例》
	旅游服务	面向游客提供的综合性、专业化服务	游客能很方便地找到游客中心，获得所需的地图和咨询服务	《旅游景区游客中心设置与服务规范》

（二）信度与效度检验

本文采用 Cronbach's α 系数检验量表信度，并通过 KMO 取样适切性量数与巴特利特球形度检验评估结构效度（见表3）。结果显示，满意度与重要性量表的整体 α 系数分别为 0.960 和 0.970，各一级指标维度的 α 系数亦均高于 0.840，表明量表具有极佳的内部一致性。同时，两部分数据的 KMO 值分别为 0.942 和 0.970，巴特利特球形检验 p 值均为 0，说明数据适合进行因子分析，量表结构效度良好。综上，问卷在信度与效度上均达到高标准，能够可靠、有效地测量游客对夜间文旅消费的感知度。

表 3 一级指标信效度检验

变量	满意度	重要性	项数
旅游交通	0.840	0.865	2
文旅业态	0.914	0.929	5
公共服务	0.898	0.924	4
品牌影响	0.849	0.851	2
管理体系	0.871	0.899	3
整体满意度	0.960	0.970	16
KMO 取样适切性量数	0.942	0.970	
巴特利特球形度检验	29481.616	34790.922	
p 值	0.000	0.000	

四、云南夜间文旅消费满意度实证分析

为全面剖析影响云南夜间文化旅游消费满意度的多重机理及特点，本文采用描述性统计、交叉分析、配对样本 *t* 检验、结构方程模型（SEM）及聚类分析等方法进行实证研究，从游客特征、消费行为特征、重要性—满意度差距、满意度群体差异以及主要影响因素等方面进行探讨。

（一）游客群体画像特征

表 4 综合反映了云南夜间文旅消费受访者的群体特征：1. 性别方面，女性（61.8%）高于男性（38.2%），消费者年龄趋于年轻化，19—28 岁群体占比过半（55.8%），且与 29—39 岁人群共同占据近 8 成市场份额。2. 游客来源方面，外地游客（53.2%）略高于本地居民（46.8%），说明夜间经济对于旅游业以及本地生活服务业都有一定拉动作用。3. 受教育程度较高，本科（47.7%）与大专（25.3%）合计占比超过 7 成，说明消费者对于文化娱乐和服务质量有较高的要求。4. 职业身份分布主要集中于学生群体（45.5%），其余职业分布比较均匀。5. 月收入呈现明显的“金字塔型”，月收入 5 000 元及以下群体占比达 66.2%，说明目前市场的基础是普通群众，而中高端市场有待开发。以上客群结构特征印证了当前国内夜间经济研究中关于消费主体年轻化、高学历化的普遍观察，^① 这一精确画像为后续实施差异化、靶向性的供给策略提供了关键的人口学依据。

（二）游客消费行为特征分析

云南省 13 个文旅集聚区的游客消费行为呈现出“短时、低频、重休闲、靠社交、偏传统”的鲜明特征（见表 5）。具体而言，在时间投入上，54.8% 的游客游玩时长集中在 1—3 小时，表明夜间消费以“中短时深度体验”为主流模式。在消费黏性上，首次到访游客占比最高（41.6%），二次到访游客占 29.8%，反映出业态在吸引“回头客”方面仍有较大潜力。旅游目的以休闲度假（26.2%）和观光游览（23.3%）为主导，凸显其作为大众化休闲目的地的核心功能。在信息获取渠道上，抖音、小红书等自媒体平台（21.7%）与亲戚朋友推荐（17.3%）成为主要来源，显示了社交传播与口碑营销的关键影响力。在消费偏好上，游客活动集中于欣赏夜景、游览景点（15.7%）和品尝特色美食（15.3%）等传统项目，而运用 AR、VR 等技术的沉浸式体验（3.2%）与科技、手工体验类（4.1%）等新兴业态的偏好度相对较低，这提示当前消费结构仍以基础休闲和感官体验为主。“短时、低频、休闲化与强社交依赖”的行为模式，与刘民坤等^②的研究发现相呼应，验证了夜间消费作为城市主流社交休闲场景的共性。游客消费偏好表明当前云南夜间文旅在业态的科技融合与创新体验供给方面可能存在滞后，为从“基础休闲”向“深度体验”转型提供了重要的实证依据，与彭蛟等^③强调业态类型重要性的观点形成情境化对话。

① 庞嘉宜，谢强强，韦明升. 流量经济驱动南宁市夜间文旅高质量发展的逻辑机制及实践路径 [J]. 南宁职业技术学院学报，2026，（1）：120-126.

② 刘民坤，梁连健. 夜间场景的感官体验对旅游消费行为的影响机制研究 [J]. 广西大学学报（哲学社会科学版），2024，（6）：144-156.

③ 彭蛟，彭小兵，晋书元. 国家级夜间文旅消费集聚区夜间消费行为影响因素研究 [J]. 商业经济研究，2026，（5）：39-43.

表 4 游客人口学特征分布

特征	属性	占比/%	特征	属性	占比/%
性别	男性	38.2	学历	初中及以下	3.6
	女性	61.8		高中（含中专/职高）	10.4
年龄	18 岁及以下	3.5		大专	25.3
	19—28 岁	55.8		本科	47.7
	29—39 岁	23.8		硕士及以上	13.1
	40—50 岁	11.4	职业身份	学生	45.5
	51—65 岁	4.6		企事业单位职员	11.3
	66 岁及以上	1.0		公务员	7.3
来源	本地居民	46.8		自由职业者	6.6
	外地游客	53.2		专业/文教/科技人员	6.0
月收入	1 000 元及以下	34.6		其他	5.4
	1 001—3 000 元	15.8		企事业管理人员	5.2
	3 001—5 000 元	15.8		个体经营者	4.2
	5 001—8 000 元	20.7		农民	3.5
	8 001—12 000 元	9.9		工人	2.5
	12 001 元及以上	3.2		离退休人员	1.6
				军人	0.8

注：N = 2 719

表 5 游客消费行为特征

特征	属性	占比/%	特征	属性	占比/%
游玩时间	1 小时以下	17.9	游玩频次	从不	9.5
	1—3 小时	54.8		1 次	41.6
	4—6 小时	14.7		2 次	29.8
	7 小时以上	12.6		3 次	10.0
旅游目的	休闲度假	26.2		3 次以上	9.2
	观光游览	23.3	消费偏好	欣赏夜景、游览景点	15.7
	商务会议	2.9		购物	7.6
	探亲访友	4.4		特色美食	15.3
	文化、体育、科技交流	3.7		主题夜市	10.2
	消费购物	5.7		休闲娱乐	10.1
	品尝美食	16.5		住宿度假	5.2
	文化体验	9.9		康体、健身、疗养	4.0
	网红打卡	4.7		夜间文艺演出	6.7
	其他	2.6		夜间文化展览	5.9
信息渠道	亲戚朋友推荐	17.3		商务洽谈	2.0
	电视、报纸等媒体广告	9.1		夜读、学习交流	3.6
	抖音、小红书等自媒体平台	21.7		网红打卡拍照	6.0
	旅行社行程安排	6.7		科技类、手工体验类	4.1
	各大在线旅游平台	8.7		运用 AR、VR 等技术的	3.2
	各大消费点评网站	9.0		沉浸式体验	
	微信、微博等社交平台	13.2		其他	0.2
	个人探索	13.2			
	其他	1.2			

注：N = 2 719

（三）游客满意度与重要性感知的差异分析

为诊断云南省夜间文旅消费供给与游客需求侧期待之间的结构性矛盾，本文使用配对样本 *t* 检验比较

五大核心维度的重要性—满意度差距（见表6）。游客认为旅游交通、文旅业态、公共服务、品牌影响及管理体系具有较高的重要性（3.98—4.04），说明他们对于夜间文化旅游的体验有着很高的期望值。然而，各维度的实际满意度（3.56—3.68）均低于重要性，且 t 值均大于 20，显著性为 0，统计差异显著。其中，旅游交通（0.42）的期望—感知落差最大，反映出夜间公共交通衔接、目的地可达性及动线设计仍然是当前制约体验提升的关键短板。各维度满意度均显著低于重要性的发现，支持了顾客满意度理论的“期望—差异”模型，也是 IPA 等分析方法常见的诊断结论。^① 本文识别出旅游交通是全局性短板，结合云南多山、地域分散的地理特征，诊断出构建“快进慢游”交通体系的能力不足是当前旅游服务供给的薄弱环节。这一发现突破了现有研究对交通便捷性的一般性探讨，为多民族地区夜间文旅基础设施建设的特殊性与紧迫性提供了具有地方情境的实证依据。

表 6 游客重要性与满意度配对样本 t 检验

一级指标	重要性	满意度	差值	标准差	t 值	显著性
旅游交通	3.98	3.56	0.42	0.95	22.98	0
文旅业态	3.98	3.61	0.37	0.79	24.40	0
公共服务	4.03	3.63	0.40	0.81	25.83	0
品牌影响	3.98	3.65	0.33	0.86	20.04	0
管理体系	4.04	3.68	0.36	0.79	23.54	0

（四）游客满意度异质性分析

游客满意度和不同人口特征存在显著相关关系且差异明显，丰富了顾客满意度理论中“期望—感知”比较模型在不同客群中的解释力（见表7）。年龄上，18岁及以下青少年群体满意度最低，非常满意仅占8.5%，中老年群体满意度较高，40—50岁游客非常满意占比19.9%，51—65岁占比28.8%。职业差异显著，军人和工人非常满意占比分别为33.3%和29.0%，但学生与专业/文教/科技人员非常满意度相对较低，仅为9.0%和13.6%。月收入方面，3 001—5 000元和8 001—12 000收入的游客非常满意比例最高，均为19.3%，是支撑游客总体满意度的基础。同时，12 001元以上游客非常满意占21.8%，但其非常不满意（4.6%）和不满意（2.3%）的比例高于其他游客。可见，云南省夜间文旅消费市场在服务大众休闲、满足具有稳定收入和特定职业背景的客群方面成效可观，但产品内容、体验设计对年轻客群和高学历群体的吸引力不足，未能完全满足他们对创新、深度与文化内涵的期望。交叉分析系统地描绘了云南夜间文旅高满意度与低满意度群体的具体画像，满意度在年龄、职业、收入等人口学特征上存在显著差异，印证了顾客满意度理论中关于不同客群存在差异化“期望—感知”比较过程的观点。^②

表 7 不同人口特征游客的满意度差异分析 (%)

特征	属性	非常不满意	不满意	一般	满意	非常满意	χ^2
性别	男	2.6	7.2	30.3	43.6	16.3	15.528**
	女	2.3	4.5	32.8	47.0	13.5	
年龄	18岁及以下	4.3	10.6	39.4	37.2	8.5	80.529***
	19—28岁	2.1	5.3	34.0	47.4	11.1	
	29—39岁	2.0	6.2	31.1	43.1	17.6	
	40—50岁	2.9	3.9	27.3	46.0	19.9	
	51—65岁	4.8	4.0	17.6	44.8	28.8	
	66岁及以上	7.7	7.7	15.4	42.3	26.9	

① 宋娟，梁斌，代兰海. 基于 IPA 分析法的西北小城镇夜间旅游满意度研究：以甘肃省山丹县为例 [J]. 文化创新比较研究，2024，(28)：105-110.

② 江丽珍，冯兴华，傅钰，李建新，年柏翰. 我国城市夜间文旅消费集聚区网络口碑空间格局及影响因素分析 [J]. 地理与地理信息科学，2024，(2)：67-74.

表 7 (续) (%)

特征	属性	非常不满意	不满意	一般	满意	非常满意	χ^2
学历	初中及以下	6.1	5.1	21.2	41.4	26.3	26.644 *
	高中 (含中专或职高)	1.8	5.3	29.8	46.1	17.0	
	大专	2.2	5.7	32.9	45.0	14.3	
	本科	2.3	5.1	33.0	46.5	13.1	
	硕士及以上	2.8	7.0	29.9	45.1	15.2	
职业身份	学生	2.3	5.7	36.6	46.4	9.0	150.791 ***
	企事业单位管理人员	0.7	1.4	30.3	49.3	18.3	
	专业/文教/科技人员	4.3	7.4	25.3	49.4	13.6	
	个体经营者	5.2	11.3	33.9	32.2	17.4	
	自由职业者	3.9	6.7	31.8	39.1	18.4	
	离退休人员	11.4	6.8	18.2	43.2	20.5	
	公务员	2.0	4.5	30.7	44.2	18.6	
	工人	0.0	1.4	24.6	44.9	29.0	
	农民	2.1	2.1	28.1	40.6	27.1	
	企事业单位职员	1.3	6.5	24.7	46.4	21.1	
	军人	0.0	0.0	19.0	47.6	33.3	
	其他	1.4	3.4	26.7	54.8	13.7	
月收入	1 000 元及以下	1.6	3.2	37.4	48.2	9.6	111.65 ***
	1 001—3 000 元	4.2	10.7	32.1	41.4	11.6	
	3 001—5 000 元	2.1	3.7	25.4	49.4	19.3	
	5 001—8 000 元	2.0	6.0	29.0	44.9	18.1	
	8 001—12 000 元	3.3	8.2	27.5	41.6	19.3	
	12 001 元及以上	4.6	2.3	33.3	37.9	21.8	

注：* 表示 $p < 0.05$ ，** 表示 $p < 0.01$ ，*** 表示 $p < 0.001$ 。

(五) 基于 SEM 的游客满意度影响因素分析

交叉分析可以揭示游客满意度在人口学特征上的显著异质性，为进一步系统解析其内在影响机制，本文运用结构方程模型确立整体影响路径，比较不同客群间的路径差异。

首先，采用最大似然估计 (ML) 法，通过修正指数优化残差关联，确保模型可识别性。对模型进行拟合优度检验 (见表 8)，拟合指标 (CMIN/DF = 3.400，RMSEA = 0.022) 符合标准，其他拟合指数的实际值中，AGFI 值为 0.963，大于 0.9，各指数值都在拟合较好的评价标准范围内，总体而言模型拟合较理想。

表 8 模型拟合结果

拟合指数	拟合实际值	评价标准	是否接受	拟合指数	拟合实际值	评价标准	是否接受
CMIN/DF	3.400	<3 较好，<5 可接受	接受	TLI	0.984	>0.9 拟合较好	接受
AGFI	0.963	>0.8 可接受，>0.9 较好	接受	IFI	0.986	>0.9 拟合较好	接受
GFI	0.972	>0.8 可接受，>0.9 较好	接受	CFI	0.986	>0.9 拟合较好	接受
RMSEA	0.022	<0.08 拟合较好	接受	PNFI	0.834	>0.5 拟合较好	接受
RMR	0.024	<0.05 拟合较好	接受	PCFI	0.839	>0.5 拟合较好	接受

其次，对构建的结构方程模型进行路径系数分析 (见表 9)。通过 SEM 模型验证，五大潜变量均对游客满意度有显著正向影响，假设 H1—H5 均成立。从影响力排序来看，品牌影响 ($\beta = 0.22$) > 公共服务 ($\beta = 0.21$) > 旅游交通 ($\beta = 0.16$) > 文旅业态 ($\beta = 0.13$) > 管理体系 ($\beta = 0.12$)。五大潜变量均对游客满意度有显著正向影响，这一结论验证了本文整合旅游体验理论、顾客满意度理论等多维视角所构建理论框架的有效性。品牌影响跃升为首要驱动因素，这与许多将文旅业态或产品创新置于核心驱动地位

的研究观点形成了差异化对话,^① 凸显了在云南独特的民族文化与自然资源背景下, 区域品牌形象所蕴含的情感共鸣、价值承诺与预期引导作用具有不可替代的价值。同时, 文旅业态与管理体的驱动作用相对较弱, 证实了当前业态存在的同质化倾向,^② 以及管理体系效能不足的问题, 为从“规模扩张”向“质量提升”转型指明了关键着力点。

表 9 回归结果和假设检验

研究假设	路径系数	S. E.	C. R.	p	结论	影响力排序
H4: 品牌影响对游客满意度具有显著的正向影响	0.22	0.032	7.378	***	成立	1
H3: 公共服务对游客满意度具有显著的正向影响	0.21	0.025	8.139	***	成立	2
H1: 旅游交通对游客满意度具有显著的正向影响	0.16	0.026	6.859	***	成立	3
H2: 文旅业态对游客满意度具有显著的正向影响	0.13	0.033	4.770	***	成立	4
H5: 管理体系对游客满意度具有显著的正向影响	0.12	0.030	5.050	***	成立	5

最后, 图 2 展示了最终确立的游客满意度影响因素结构方程模型路径系数图, 直观呈现了所有显著路径 (H1—H5) 及各观测变量与其所属潜变量的关联强度。

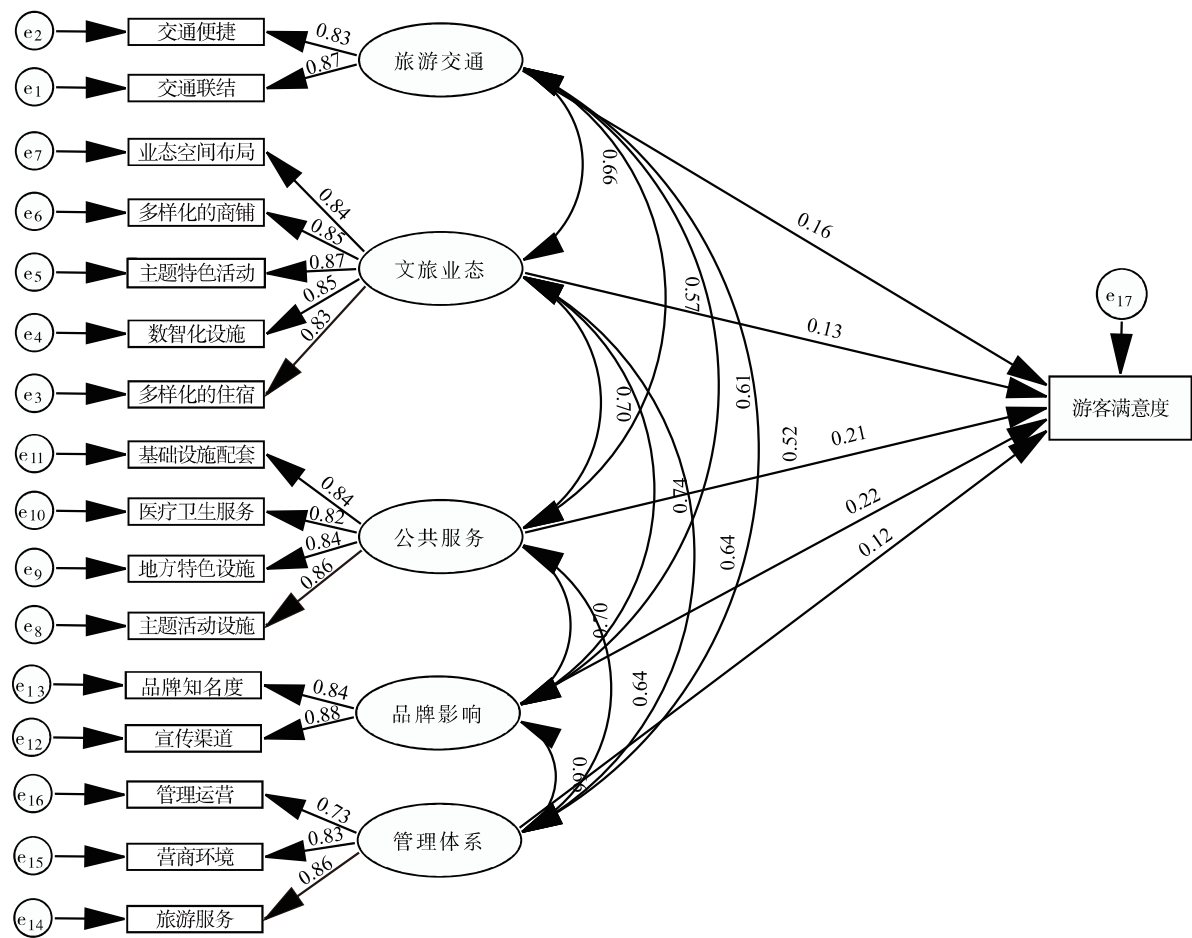


图 2 游客满意度影响因素结构方程路径系数

① 王祖君, 史韞琪, 徐波, 李敏. 场景理论视角下县域夜间文旅场景高热度路径研究 [J]. 企业经济, 2026, (3): 95-106.

② 蔡红萍, 徐红华, 宋勤群, 王派, 童建浩. 夜间文旅景区商业化运营模式与文化保护的平衡 [J]. 光源与照明, 2026, (2): 1-4 + 13.

(六) 基于多群组 SEM 的游客满意度群体差异分析

为进一步探讨不同类型消费者满意度形成机理的差异, 本文开展多群组分析, 以考察个人特征的调节效应 (见表 10)。结果显示, 男性游客对公共服务 ($\beta=0.255$) 与管理体系 ($\beta=0.171$) 更依赖, 女性游客则更看重品牌影响 ($\beta=0.319$) 与文旅业态 ($\beta=0.158$)。18 岁及以下青少年依赖旅游交通 ($\beta=0.387$) 与品牌影响 ($\beta=0.368$), 19—28 岁青年客群受影响路径朝多元化发展, 29—39 岁群体偏好管理体系 ($\beta=0.276$), 51—65 岁的中老年群体最重视公共服务 ($\beta=0.352$)。在社会经济属性维度中, 学历、职业与收入水平共同塑造差异化价值感知模式。高中 (含中专或职高) 学历的群体依赖公共服务 ($\beta=0.403$), 而本科及以上学历群体表现出对品牌影响 (本科 $\beta=0.276$, 硕士及以上 $\beta=0.333$) 和公共服务 (本科 $\beta=0.253$) 的复合型需求。学生路径系数均衡, 自由职业者受品牌影响 ($\beta=0.318$) 与管理体系 ($\beta=0.488$) 双重驱动, 公务员对文旅业态十分敏感 ($\beta=0.387$)。收入分层呈现规律性变动, 中低收入群体对品牌影响 ($\beta=0.297$) 与文旅业态 ($\beta=0.220$) 比较关注, 中等收入群体转向管理体系 ($\beta=0.399$), 高收入群体表现出对品牌影响 ($\beta=0.375$) 和文旅业态 ($\beta=0.239$) 更高层次的追求倾向。在客源地方面, 外地游客易受公共服务 ($\beta=0.273$) 影响, 本地居民则更注重品牌影响 ($\beta=0.252$) 带来的情感价值以及归属感。多群组结构方程模型的结果证实了游客个人特征在满意度形成中具有显著的调节效应。这一发现将异质性研究从简单的满意度分布描述推进到了影响路径的微观机制分析层次, 弥补了现有研究在异质性机制解释深度方面的缺口, 也为后续提出的“一类一策”精准提升策略提供了最直接的实证依据。

表 10 游客满意度影响因素多群组结构方程模型路径系数

特征	属性	H1: 旅游交通 对游客满意度 的正向影响	H2: 文旅业态 对游客满意度 的正向影响	H3: 公共服务 对游客满意度 的正向影响	H4: 品牌影响 力对游客满意 度的正向影响	H5: 管理体系对 游客满意度的正 向影响
性别	男生	0.164 ***	0.142 **	0.255 ***	0.095 *	0.171 ***
	女生	0.175 ***	0.158 ***	0.210 ***	0.319 ***	0.111 **
年龄	18 岁及以下	0.387 **	-0.249	0.174	0.368 **	0.194
	19—28 岁	0.184 ***	0.177 ***	0.233 ***	0.241 ***	0.020
	29—39 岁	0.129 **	0.013	0.202 **	0.200 ***	0.276 ***
	40—50 岁	0.127	0.258 **	0.033	0.084	0.320 ***
	51—65 岁	0.076	0.046	0.352 *	0.118	0.229
	66 岁及以上	0.565	-0.066	-1.367 *	0.103	1.398 *
学历	初中及以下	0.414	-0.495	0.390	-0.111	0.437
	高中 (含中专或职高)	0.106	0.107	0.403 ***	0.107	0.281 ***
	大专	0.197 ***	0.187 ***	0.073	0.137 **	0.180 **
	本科	0.144 ***	0.144 ***	0.253 ***	0.276 ***	0.077 **
	硕士及以上	0.186 **	0.055	0.202 ***	0.333 ***	0.185 ***
职业身份	学生	0.217 ***	0.164 ***	0.245 ***	0.256 ***	0.007
	企事业管理人员	0.211	0.072	0.404 *	0.227 *	0.008
	专业/文教/科技人员	0.121	0.187	0.289 **	0.375 **	-0.056
	个体经营者	0.196	0.257	0.075	-0.069	0.402 *
	自由职业者	0.157	0.159	-0.323	0.318 **	0.488 **
	离退休人员	0.571	-2.345	-3.030	3.406	2.048
	公务员	0.016	0.387 ***	0.002	0.189	0.301 ***
	工人	0.274	0.439	0.112	0.134	0.557
	农民	0.384	-0.593	0.595	-0.314	0.633 **
	企事业单位职员	0.126	-0.016	0.250	0.187	0.271 ***
	其他	-0.032	0.255 *	0.170	0.029	0.382 **

表 10（续）

特征	属性	H1：旅游交通 对游客满意度 的正向影响	H2：文旅业态 对游客满意度 的正向影响	H3：公共服务 对游客满意度 的正向影响	H4：品牌影响 力对游客满意 度的正向影响	H5：管理体系对 游客满意度的正 向影响
月收入	1 000 元及以下	0.188 ***	0.220 ***	0.222 ***	0.297 ***	-0.070
	1 001—3 000 元	0.245 ***	0.001	0.301 ***	0.154 *	0.171 **
	3 001—5 000 元	0.249 **	-0.071	0.166 *	0.054	0.399 ***
	5 001—8 000 元	0.091	0.152 *	0.146	0.205 **	0.248 ***
	8 001—12 000 元	0.111	0.239 **	-0.045	0.375 ***	0.212 **
	12 001 元以上	0.196	-0.180	0.693 ***	-0.150	0.322 *
客源地	本地居民	0.177 ***	0.150 ***	0.135 ***	0.252 ***	0.118 ***
	外地游客	0.146 ***	0.115 **	0.273 ***	0.210 ***	0.126 ***

注：* 表示 $p \leq 0.05$ ，** 表示 $p \leq 0.01$ ，*** 表示 $p \leq 0.001$ 。

（七）基于聚类分析的文旅集聚区发展模式分类

为准确把握云南省夜间文旅消费集聚区的差异化发展模式，本文以 13 个文旅集聚区在旅游交通、文旅业态、公共服务、品牌影响、管理体系 5 个维度的满意度均值为分析变量，通过 K-均值聚类方法将其划分为 4 个类别，详见图 3—图 6。

1. 品牌与业态驱动型：保山高黎贡、楚雄彝人古镇、大理双廊、斗南花市、建水紫陶里

如图 3 所示，此类集聚区是云南夜间文旅的标杆，其借助独特的民族文化或特色产业，塑造出高辨识度的文旅业态和区域形象，成为提升满意度的核心引擎。然而，这类集聚区多位于非核心城区或新兴文旅区，旅游交通便捷性不足、可达性较差，成为阻碍游客体验提升的瓶颈。此外，在大量的客流量冲击下，管理体系的精细化、规范化水平未能完全同步，存在协同提升的空间。

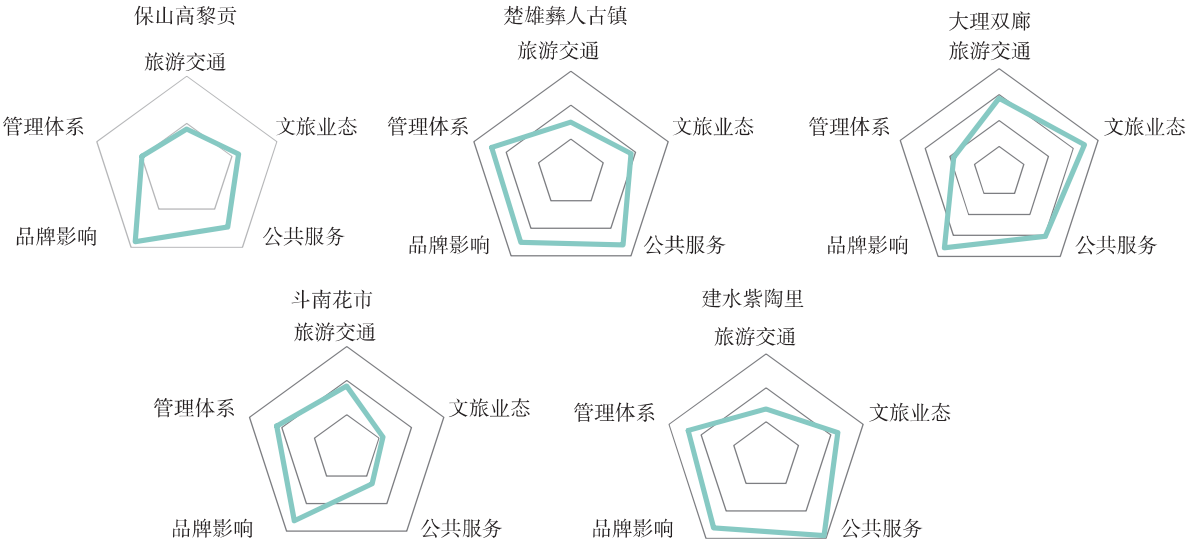


图 3 第一类集聚区雷达图

2. 成熟商业文旅型：告庄西双景、丽江古城、芒市傣族古镇、昆明老街—南强街巷、普洱茶马古城

如图 4 所示，此类集聚区是云南著名的传统旅游目的地，业态成熟、口碑良好。但其发展模式面临典型的“承载力”瓶颈，高客流量对基础设施、环境卫生及服务响应速度构成巨大压力，凸显了管理精细化程度与市场规模不协调的深层矛盾，成为满意度提升的主要障碍。

3. 基础服务支撑型：公园 1903、独克宗古城

如图 5 所示，这类集聚区具有“基础稳、核心弱”的特点，在公共服务和管理体系等基础保障维度表现良好；但文旅业态产品的独特性和丰富度不足，品牌影响辐射力偏弱，成为游客满意度提升的根本

性制约。公园 1903 作为现代商业综合体，文化主题性与体验感不强；独克宗古城受高海拔、季节性等限制，业态丰富性与品牌传播效能受限。

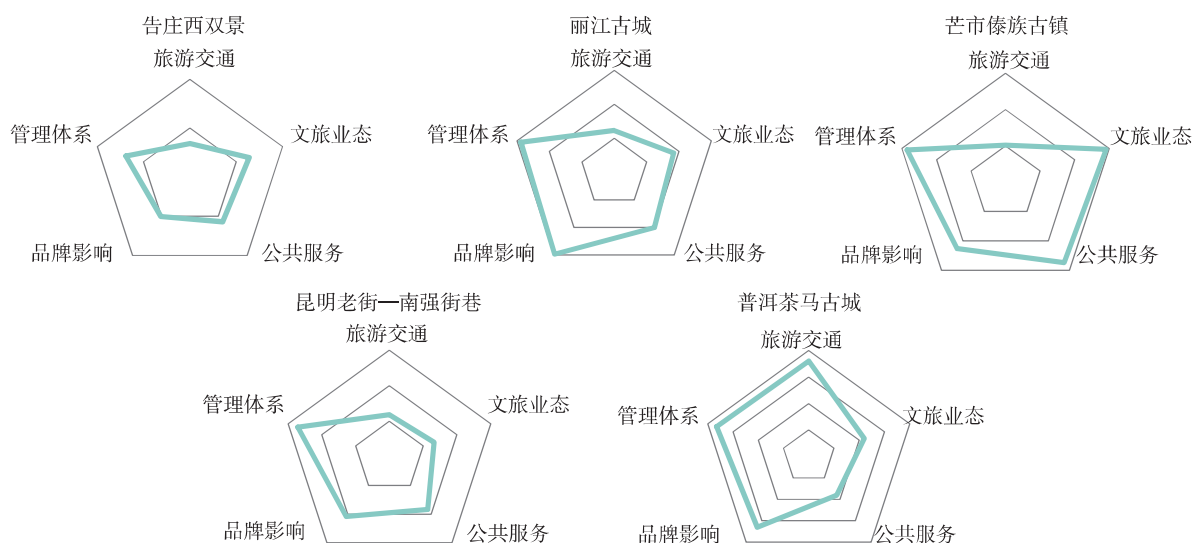


图 4 第二类集聚区雷达图

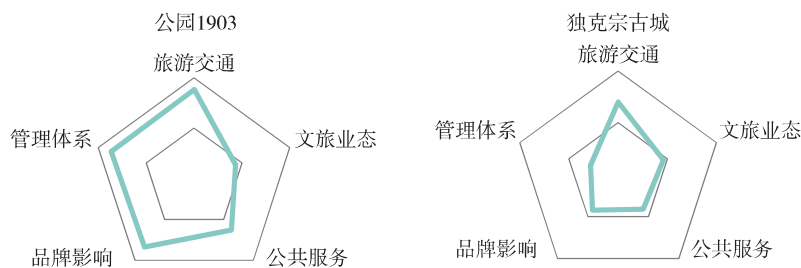


图 5 第三类集聚区雷达图

4. 业态引领均衡型：大理古城

大理古城文旅业态的繁荣度与丰富性都很高，是其最大的吸引力来源。但是，管理体系滞后，无法应对巨大客流带来的秩序、安全与服务标准化等问题，造成游客体验的稳定性和品质感较差。此外，品牌影响力与旅游产业发展的活跃度和应有的市场价值相去甚远，体现了品牌塑造和营销方式的滞后性。

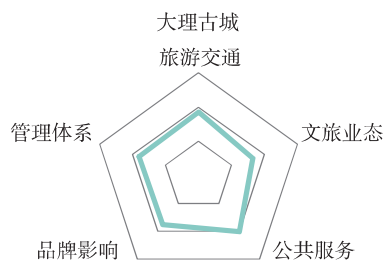


图 6 第四类集聚区雷达图

基于满意度感知的聚类分析，从需求侧视角对云南国家级文旅集聚区内部的 4 种差异化发展模式进行深度剖析，与杨懿等^①对集聚区类型与空间分布多元化的宏观判断相呼应。本文从游客满意度的角度评估各类集聚区的核心竞争力与关键短板，为省级层面实施分类指导、精准治理提供了超越空间规划与业态

^① 杨懿，廉倩文，丁玲，等. 国家级夜间文旅消费集聚区空间分布特征及影响因素 [J]. 经济地理, 2023, (6): 202-210.

描述的具体、可操作的决策维度。

五、结论和建议

(一) 结论

本文运用结构方程模型分析了夜间文旅消费游客满意度的多维影响机制与异质性特征,研究发现五大维度均显著正向影响游客满意度,品牌影响为主要驱动力量,作用强度呈品牌影响>公共服务>旅游交通>文旅业态>管理体系,凸显了云南多民族文化与自然景观的区域品牌禀赋独特价值;文旅业态及管理体系驱动作用较弱,对应业态同质化与管理粗放的现象,说明夜间文旅从规模扩张向质量提升转型的必要性。旅游交通是期望—感知落差最突出的短板,基于云南多山、地域分散的特征,揭示了多民族地区交通基础设施建设的艰巨性。群体异质性分析发现,不同年龄、性别、职业、客源地等群体的满意度形成机制不同,为差异化运营提供了微观实证依据。客群以年轻高学历女性为主,消费行为呈现短时低频、休闲化与社交依赖特征。新兴沉浸式体验偏好度较低,印证了国内夜间文旅消费年轻化、休闲化的发展趋势,也体现了民族地区在业态创新与科技融合方面的滞后性。聚类分析从游客满意度视角,将云南13个文旅集聚区分为品牌与业态驱动型、成熟商业文旅型、基础服务支撑型及业态引领均衡型4类差异化发展模式,指出了各类集聚区的核心优势与关键短板,为实施分类指导、精准治理提供了重要参考。

(二) 建议

为推动云南夜间文旅消费完成从“规模扩张”向“质量提升”的重要转型,解决同质化竞争及供需失衡的矛盾,本文构建了“供给侧精准赋能、需求侧精细触达、治理侧精益协同”三位一体的系统性提升策略。

1. 聚焦供给侧结构性改革,推动业态提质及品牌升级

供给侧结构性改革的关键所在是通过创造性转化和创新性发展,把云南独有的民族文化资本和自然资源条件转化成具有高辨识度的夜间消费产品与服务。一是着手“一区一基因”文化IP再改造。例如,大理可聚焦茶马古道商帮所蕴含的精神,打造“风花雪月·商驿传奇”主题沉浸式街区,推出马帮主题沉浸式剧本游玩;丽江可借助纳西东巴文化,推出《秘境东巴》全息剧场以及东巴古籍数字藏品馆;西双版纳则可依据热带雨林生态,打造“澜沧江畔·万象森灵”夜游体系和亚洲象保护相关主题夜宿项目,提升叙事场景独特性和商业效益。二是带动科技融合与业态创新,使夜晚“潮”流涌动。例如,在昆明、丽江等核心城市建设“元宇宙夜游创新实验室”,利用AR历史场景还原、AI虚拟导游等技术,让历史在街头“鲜活”起来;鼓励博物馆、非遗工坊等文化场馆开放特色夜场,引入艺术家、非遗代表性传承人发展“工作室夜访”“非遗私宴”等业态,把消费行为升级成有内涵的文化学习及社交体验。三是搭建业态动态优化和招商引导机制,建立基于实时消费大数据的“业态健康度”监测预警平台,给各业态的满意度设置阈值,一旦预警触发就自动启动优化程序,并按照平台生成的“消费热力图”以及“需求图谱”,设定专项招商目录,给予精准的政策优惠。

2. 着眼需求侧精细洞察,实现精准推广及体验升级

需求侧优化的关键在于,基于实证研究体现的以年轻、高学历女性为主的游客画像及短时、低频、重休闲的社交行为特征,提供定制服务与营销触达。一是开展“一类一策”的精准供应举措,搭建差异化的产品及服务体系。例如,着眼于Z世代(通常是指在1995年至2009年出生的一代人)客群,打造“国潮云南夜”数字攻略和网红打卡路径;为青年家庭设计有高品质民宿与亲子非遗手作的“轻奢微度假”产品包;面向中老年以及高收入客群,主要保障夜间交通接驳的实施,配备多语种讲解,并推出高端养生宴等定制化项目,以满足其对于安全舒适所提的更高要求。二是开展创新口碑传播与智慧触达,把游客从消费者变为内容共创者以及品牌传播者。例如,跟头部短视频平台合作搞长期话题挑战赛,对优质内容用流量与消费券进行激励;开发“非遗AR试衣镜”“声音明信片”等具有高互动性的社交产品;设立“口碑大使”计划,邀请有影响力的游客出任体验官,促进深度内容产出。三是攻坚交通及服务体验短板,集中资源去解决“重要性—满意度”落差最大的旅游交通问题并优化夜间公共服务。例如,

推行“潮汐公交”“夜间旅游专线”，按照客流数据动态变更运营时间，在节假日等形成客流高峰的时段，把关键线路服务时间延长到凌晨两点；开发适用于“夜游停车”的小程序，做到车位共享与智能预约；对集聚区内智慧慢行系统和夜光导视加以完善，投放智能厕所管理系统，设立集成式的夜间旅游便民驿站，增进公共服务响应的精细度与人性化水平。

3. 开展治理侧协同机制改革，保障长效发展促效能提升

治理侧创新要达成的目标是打破部门壁垒，引入市场力量，搭建“政府引导、市场主导、商户主体、社会参与”的可持续治理生态。一是强化跨部门协同及智慧管理。建议成立高规格的省级夜间经济发展工作小组，对文旅、交通、公安、市场监督管理等关键部门的职能加以整合，设立“政策试点—评估—推广”循环体系。可在昆明开展“潮汐公交”与跨部门联合执法模式试点，由第三方评估其成效之后，形成标准化方案在全省进行推广；搭建“云南夜间经济智慧大脑”平台，实现景区联票互认、消费投诉一键办理、人流车流即时警报等“一网统管”功能。二是建成游客满意度持续监测与反馈的闭环。例如构建“云南省夜间文旅消费满意度监测预警平台”，与“一部手机游云南”系统进行对接，实时跟进各集聚区、各业态的游客满意度数据；并把关键指标纳入集聚区绩效考评体系，按时发布指数报告，驱动管理服务持续改进。三是创新市场化融资以及绿色发展模式。例如，探索发行“夜间文旅消费集聚区”公募REITs，拓宽融资渠道；创设省级夜间经济创新发展基金，以股权投资的方式重点扶持沉浸式演艺、数字文旅等创新企业；执行绿色低碳发展相关行动，在洱海、滇池等生态敏感区试点“生态银行”和游客承载力红线管理办法，安装“环境哨兵”智能监测网络对光污染、噪声进行实时监控，全面推行“绿色夜市”标准和游客“碳足迹账单”，使生态约束内化成为高质量发展的动能。

Research on Influencing Factors and Promotion Paths of Nighttime Cultural Tourism Consumption Satisfaction in Yunnan Province: An Empirical Analysis Based on 13 National-level Agglomeration Zones of Cultural Tourism

AN Min, CHEN Ju, ZHU Dongmei

(School of Economics and Management, Southwest Forestry University, Kunming 650233, Yunnan, China)

Abstract: Nighttime cultural and tourism consumption, as an emerging growth pole of the cultural and tourism industry, plays a pivotal role in advancing the high-quality development of regional economies. Endowed with abundant ethnic cultural resources and natural landscape assets, Yunnan Province has initially established a nighttime cultural and tourism consumption system with distinct local characteristics, and is currently in a critical transitional phase from scale expansion to quality enhancement. Drawing on multi-dimensional theoretical perspectives including tourism experience theory and customer satisfaction theory, this study constructs a tourist satisfaction evaluation index system for nighttime cultural and tourism consumption, encompassing five dimensions, such as tourism transportation, cultural and tourism formats, public services, brand influence, and management systems. Based on field surveys conducted in 13 national-level nighttime cultural and tourism consumption agglomerations in Yunnan, this research comprehensively employs independent-samples *t*-test, structural equation modeling (SEM), and cluster analysis to explore the influencing factors of nighttime cultural and tourism consumption satisfaction, group heterogeneity, and the development models of agglomerations. The findings indicate that: brand influence, public services, tourism transportation, cultural and tourism formats, and management systems all exert a significantly positive impact on tourist satisfaction. The tourist cohort is predominantly composed of young, highly educated females, whose consumption behaviors are characterized by short duration, low frequency, leisure orientation, and social dependence. There exist significant disparities in the formation paths of satisfaction across groups differentiated by age, occupation, income and place of origin. Young and highly educated groups prioritize innovation and in-depth participation, while middle-aged/elderly and middle-income groups attach greater importance to public services and management guarantees. Cluster analysis categorizes the 13 agglomerations into four distinct development models, including brand-and-format-driven, mature commercial cultural tourism, basic service-supported and tourism-format-led balanced models. Accordingly, this study proposes a coordinated improvement path integrating the “supply side, demand side and governance side”, aiming to provide empirical evidence and practical references for the differentiated governance and sustainable development of nighttime cultural and tourism consumption in multi-ethnic regions.

Key words: nighttime cultural tourism consumption; tourist satisfaction; structural equation modeling (SEM); influencing factors; promotion path

(责任编辑: 杨云红)